

## LUDZIE (dźwignie reputacji)

|                   |                               |   |
|-------------------|-------------------------------|---|
| <b>Pracownicy</b> | <b>Partnerzy / pośrednicy</b> | <b>Akcjonariusze (oczekiwania 2021)</b>           |
| 1                 | 1) Masa dochodu (zarobki)     | 1) EBIT: 5-6 mln                                  |
| 2                 | 2) NPS partnerów: 20%         | 2) TOP5 PL wg wolumenu kredytów (gotówka + mikro) |
| 3                 |                               |   |

| <b>Wielki Zuchwały Cel (2025)</b>                              | <b>CELE 2021 (Dokąd?)</b>  | <b>CELE 2H.2018 (Co?)</b>  |
|--|--|--|
| TOP3 w Polsce pod względem wolumenu kredytów (gotówka + mikro) | <p>Wolumen kredytowy*: <b>720 mln zł</b><br/>*gotówka + firmówka</p> <p>Przychody: <b>133 mln zł</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- outsourcing: 80 mln zł</li> <li>- sprzedaż: 53 mln zł</li> </ul> <p>EBIT: <b>5,6 mln zł</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- outsourcing: 2,6 mln zł</li> <li>- sprzedaż: 3 mln zł</li> </ul>  | <p>Wolumen kredytowy: 240 mln zł<br/>*gotówka + firmówka</p> <p>Przychody: <b>53,4 mln zł</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- outsourcing: 31,8 mln zł</li> <li>- sprzedaż: 21,6 mln zł</li> </ul> <p>EBIT: <b>1,5 mln zł</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- outsourcing: 1,2 mln zł</li> <li>- sprzedaż: 0,3 mln zł</li> </ul>   |
| <b>Unikalne Kompetencje</b>                                    | <b>Inicjatywy Strategiczne 3-5 priorytetów</b>   | <b>Kluczowe Inicjatywy Priorytety 2H.2018</b>  |
|  | <p><b>1) Rozwój kanałów własnych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aktywizacja sprzedaży TOP5,</li> <li>- udrożnianie oferty uspioonej,</li> <li>- wzrost produktywności (2) do 120 pkt (DSA) i 38 pkt (PP, CRB, CF).</li> <li>- wzrost ilości umów współpracy PP, CRB, CF, DSA do 300 szt.</li> <li>- wdroż. zarząd. portfelem partnera.</li> </ul> <p><b>2) Rozwój Sales Agent:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- obsługuje 80% transakcji (wypłat) wszystkich produktów,</li> <li>- używa 90% partnerów (seg. A,B,C,D).</li> <li>- kluczowe funkcj.: porównywarka, obsługa leadów, procesowanie wniosków, wirtualny analityk, rozliczenia finansowe, biblioteka wiedzy, video spotkania.</li> </ul> <p><b>3) Rozwój kanałów zewnętrznych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rozwój oferty pozabankowej: 180 mln,</li> <li>- rozwój sprzedaży hipoteki: 144 mln,</li> <li>- rozwój oferty ubezp: przypis: 14,4 mln,</li> <li>- nowi partnerzy (bez udziału RDS): 300 (stan na k. 2021),</li> <li>- chętnie polecany integrator: NPS: 20%.</li> </ul> | <p><b>1. Rozwój kanałów własnych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1 - Wzrost produkt. / sprzedaży: Nest, Alior, Getin, Raiffaisen, DB + Pekao SA.</li> <li>1.2 - Wdrożenie sprzedaży produktów pozabankowych (3).</li> <li>1.3 - Utworzenie nowego rynku w kanałach sprzedaży własnej (PP, CRB, Partner).</li> </ul> <p><b>2. Rozwój Sales Agent - wdrożenie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 - Porównywarki.</li> <li>2.2 - Obsługi leadów S&amp;M, TUZ.</li> <li>2.3 - Procesowania produktów bankowych i pozabankowych.</li> <li>2.4 - Wirtualnego Analityka (podpowiedzi systemu w procesowaniu wniosków)</li> <li>2.5 - Panelu dla partnera (rozliczenia).</li> </ul> <p><b>3. Rozwój kanałów zewnętrznych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 - Wdrożenie nowej oferty pozabankowej i bankowej.</li> <li>3.2 - Udrożnienie procesu sprzedaży: BZWBK, Idea, ING.</li> <li>3.3 - Wdrożenie projektu Pośrednik Plus.</li> </ul> |
| Zysk/X   | Obietnica marki  | <p><b>Krytyczny KPI - EBIT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 1,2 mln zł</li> <li><input type="checkbox"/> 1,08 mln zł</li> <li><input type="checkbox"/> 0,96 mln zł</li> </ul>   |
|  | KPI Obietnicy marki  | <p><b>Krytyczny KPI - Produktywność (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 83 pkt (DSA), 20 pkt (PP)</li> <li><input type="checkbox"/> 70 pkt (DSA), 15 pkt (PP)</li> <li><input type="checkbox"/> 53 pkt (DSA), 8 pkt (PP)</li> </ul>  |

**PROCESY** (dźwignie efektywności)

**Wytwarzania**

- 1) Transakcje obsługane przez SA: 80%
- 2) Partnerzy używający SA: 90%

**Sprzedazy**

- 1) Produktywność (2) DSA: 120 pkt.
- 2) Produktywność (2) PP, CRB,P: 38 pkt.

**Księgowe**

- 1) Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej: dodatnie

| DZIAŁANIA 2H.2018<br>(Jak?)  | TEMAT PRZEWODNI<br>(Okres)   | TWOJA ODPOWIEDZIALNOŚĆ<br>G.Lewandowski   |
|--|--|---|
| <p>Wolumen oferty hipotecz.: 50 mln zł<br/>Wolumen oferty pozabank: 20 mln zł<br/>Przypis oferty ubezpieczeniowej Cardif: 0,8 mln zł<br/>Produktywność DSA: 83 pkt. (AŻ)<br/>Produktywność PP: 20 pkt. (MT)</p>  | <p><b>Termin:</b> 31.12.2018</p>   | <p><b>Twoje wskaźniki (miara i cel)</b></p>   |
|  | <p><b>Mierzalny cel:</b><br/>Udostępnienie SA: 01.08.2018<br/>Wypłaty 12.2018: 50 szt.</p>   | <p>1) Wolumen kredytowy: 240 mln zł (gotówka + firmówka)</p>  |
|  | <p><b>Brzmienie tematu przewodniego</b></p> <p>Sukces premiery Sales Agenta</p>  | <p>2) Przychody: 53,4 mln zł</p> <p>3) EBIT: 1,2 mln zł</p>   |
|  |  |   |
| <p><b>Kamienie milowe (Co? Kto?)</b></p> <p><b>1. Rozwój kanałów własnych</b></p> <p>1.1 - Plan aktywizacji (RK, 31.08);</p> <p>1.2 - Określenie oferty, pozysk. systemu (RK, 31.08), branding nowy (30.09),</p> <p>1.3 - PC - pozyskanie partnerów, zatrudnienie RDSa (31.12).</p> <p><b>2. Rozwój Sales Agent</b></p> <p>2.1 - Wdrożenie Pekao, BIG/BIK na sms, konspekt funkcj. (31.08);</p> <p>2.2 - Leady Sales&amp;More (31.08)</p> <p>2.3 - Projekt Cardif (GO, 31.12)</p> <p>2.3 - Wpięcie Raiffeisen, Rapida, Pekao;</p> <p>2.4 - Lista obszarów wsparcia wirtual. (KP, 30.09), wew. scoring (LG, 31.12).</p> <p>2.5 - Moduł rozlicz. + leady (LG, 31.10);</p> <p>2.6 - Wdrożenie zarządzania portfelem klienta (LG, 31.12).</p> <p>2.7 - Wdrożenie modelu leadowego do współ. z Alior, EuroBank, CA (GL, 31.12).</p> <p>2.8 - Wdrożenie NPS w SA.</p> <p><b>3. Rozwój kanałów zewnętrznych:</b></p> <p>3.1 - Wdroż. oferty pozab. (GL, 01.10).</p> <p>3.1 - Pekao SA (PT, 31.08), Citi (MT), nowa umowa ING (GL).</p> <p>3.2 - Udrożn. BZWBK, Idea, ING (KP).</p> <p>3.2 - Wdrożenie sprzedaży produktów hipot. w modelu ledowym (RK, 01.12)</p> <p>3.3 - Plac. francz. NestBank (MT, 31.12).</p> <p>3.4- Wdrożenie procesu współpracy z placówkami franczyzowymi (AŻ, 31.12).</p> <p>3.5- Program kontrakt. sprzedaży, segmentacja partnerów (GO, 31.12).</p> <p>3.6 - Program MGM, (MT, 30.09)</p> | <p><b>Wygląd tablicy wyników</b></p> <p>Liczba trasakcji (wypłat) obsługanych przez Sales Agenta narastająco od startu systemu<br/>(<i>publikacja tvaodniowa</i>)</p> <p>Liczba partnerów (z seg. A,B,C,D) którzy użyli Sales Agenta w 2H.2018.<br/>(<i>publikacja tygodniowa</i>)</p> | <p><b>Twoje priorytety (2H.2018)</b></p> <p>1) Rozwój produktów pozabank.: własny brand (01.10), logowanie z naszego systemu do systemu partnera (01.10), określenie planu wdrożeń w SA (01.10)</p> <p>2) Rozwój modułu analitycznego w SA (Wirtualny Analityk).</p> <p>3) Workflow produktowy w SA - większość czynności procesowych robionych w systemie (Pekao SA, Raiffeisen).</p> <p>4) Sukces premiery Sales Agenta</p> |
| <p>Jak świętujemy sukces?</p>  | <p><b>Krytyczny KPI - EBIT</b></p> <p><input type="checkbox"/> 1,2 mln zł</p> <p><input type="checkbox"/> 1,08 mln zł</p> <p><input type="checkbox"/> 0,96 mln zł</p>  |   |
| <p>Nagroda</p>   | <p><b>Krytyczny KPI - Produktywność (2)</b></p> <p><input type="checkbox"/> 83 pkt (DSA), 20 pkt (PP)</p> <p><input type="checkbox"/> 70 pkt (DSA), 15 pkt (PP)</p> <p><input type="checkbox"/> 53 pkt (DSA), 8 pkt (PP)</p>   |   |

| <b>TWOJA ODPOWIEDZIALNOŚĆ</b><br><i>Leszek Greń</i>   | <b>TWOJA ODPOWIEDZIALNOŚĆ</b><br><i>R. Korzonek</i>  | <b>TWOJA ODPOWIEDZIALNOŚĆ</b><br><i>M. Tyma</i>  |
|---|--|--|
| <b>Twoje wskaźniki (miara i cel)</b>  | <b>Twoje wskaźniki (miara i cel)</b>   | <b>Twoje wskaźniki (miara i cel)</b>   |
| 1) EBIT: 1,2 mln zł   | 1) Wolumen Partnerzy (bankowy):<br>30 mln zł   | 1) Wolumen Partnerzy Premium:<br>49,9 mln zł, Pośrednik: 52,3 mln zł   |
| 2) Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej: dodatnie   | 2) Wolumen CRB (gotówka bank.):<br>15 mln zł   | 2) EBIT: 428 tys. zł   |
|   | 3) Wolumen pozabankowy:<br>14 mln zł   | 3) Produktywność Partner Premium: 20 pkt.  |
|   | 4) EBIT: 225 tys zł  |  |
| <b>Twoje priorytety (2H.2018)</b><br><br>Rozwój Biura Obsługi Sprzedaży, w szczególności wdrożenie:<br>1) zarządzania portfelem,<br>2) Wirtualnego Analityka,<br>3) opiekunów merytorycznych partnerów,<br>4) panelu partnera w SA. | <b>Twoje priorytety (2H.2018)</b><br><br>1) Opracowanie planu działania dla CRB Wielkopolska (31.08).<br>Wdrożenie zmian z planu i start nowego modelu (1.10).<br><br>2) Wdrożenie produktów pozabankowych - określenie oferty, pozyskanie systemu (31.08), plan działań (14.09), branding nowy, personalizowana aplikacja, procesy akredytacji, uruchamiania i rozliczeń, przepięcie sprzedawców (31.10).<br><br>3) Wizja procesu sprzedaży produktów hipotecznych w modelu leadowym (5.09).<br><br>4) Prezentacja koncepcji placówki CF FinUp (30.08). | <b>Twoje priorytety (2H.2018)</b><br><br>1) Partner Plus - nowa oferta współpracy: wejście w życie i zakomunikowanie nowego kontraktowania sprzedaży (1.10), program MLM (1.11), wejście w życie nowych standardów pracy RDS i narzędzi marketingowych (1.10).<br><br>2) Wejście w życie nowego systemu motywacyjnego RDS, uwzględn. segmentację (1.09). |
| <b>Krytyczny KPI - EBIT</b><br><input type="checkbox"/> 1,2 mln zł<br><input type="checkbox"/> 1,08 mln zł<br><input type="checkbox"/> 0,96 mln zł  | <b>Krytyczny KPI - EBIT</b><br><input type="checkbox"/> 225 tys. zł<br><input type="checkbox"/> 202,5 tys. zł<br><input type="checkbox"/> 180 tys. zł  | <b>Krytyczny KPI - EBIT</b><br><input type="checkbox"/> 428 tys. zł<br><input type="checkbox"/> 385 tys. zł<br><input type="checkbox"/> 342 tys. Zł  |
| <b>Krytyczny KPI - Przepływy operacyjne</b><br><input type="checkbox"/> >=0<br><input type="checkbox"/> do -1 mln zł<br><input type="checkbox"/> poniżej -1 mln zł  | <b>Krytyczny KPI - Wolumen (pozabank)</b><br><input type="checkbox"/> 14 mln<br><input type="checkbox"/> 12,6 mln<br><input type="checkbox"/> 11,2 mln   | <b>Krytyczny KPI - Produktywność PP</b><br><input type="checkbox"/> 20 pkt<br><input type="checkbox"/> 15 pkt<br><input type="checkbox"/> 8 pkt  |

| <b>TWOJA ODPOWIEDZIALNOŚĆ</b><br><i>P.Cygan</i>  | <b>TWOJA ODPOWIEDZIALNOŚĆ</b><br><i>G.Osiński</i>  | <b>TWOJA ODPOWIEDZIALNOŚĆ</b><br><i>A.Życzkowski</i>   |
|--|--|--|
| <b>Twoje wskaźniki (miara i cel)</b>   | <b>Twoje wskaźniki (miara i cel)</b>   | <b>Twoje wskaźniki (miara i cel)</b>   |
| 1) Wolumen: 4,7 mln zł   | 1) Pozyskanie leadów na nowych partnerów w kanałach internet.:   | 1) Produktywność DSA: 83 pkt   |
| 2) EBIT: 20 tys zł   | 2) Konwersja leadów S&M na sprzedaż: 2 mln zł  | 2) Osiągnięcie break-even DSA (EBIT: 0 zł)   |
|  | 3) Liczba partnerów z segm. F przechodzących do innych segm: 20  |  |
|  |  |  |
| <b>Twoje priorytety (2H.2018)</b><br><br>1) Pozyskanie partnerów (wrz - 7; paź - 20; lis - 28; gru - 35).<br><br>2) Zatrudnienie RDS: 30.11.                         | <b>Twoje priorytety (2H.2018)</b><br><br>1) Projekt Cardif: opis procesu i model finansowania składki (14.09); wpięcie do SA (30.11); start sprzedaży (01.12).<br><br>2) Wdrożenie dedykowanej komunikacji marketingowej do segmentów F (24.09).<br><br>3) Rozwój Sales Plus, w szczególności zmiana katalogu nagród i materiały marketingowe dla sprzedaży (30.09). Bieżący rozwój katalogu nagród.<br><br>4) Realizacja wsparcia marketing. dla pozabankowej oferty (tbc 29.08). | <b>Twoje priorytety (2H.2018)</b><br><br>1) Dostosowanie struktury zatrudnienia: 75% osób aktywnych, 25% osób z planem (120 pkt).<br><br>2) Wdrożenie modelu leadowego do współpracy z franczyzobiorcami: Alior, EuroBank, CreditAgricole (2.11).<br><br>3) Wdrożenie modułu leadowego (2.11). |
| <b>Krytyczny KPI - M/c wolumen</b><br><input type="checkbox"/> 3 mln zł<br><input type="checkbox"/> 2,7 mln zł<br><input type="checkbox"/> 2,4 mln z                 | <b>Krytyczny KPI - Konwersja leadów</b><br><input type="checkbox"/> 2 mln zł<br><input type="checkbox"/> 1,8 mln zł<br><input type="checkbox"/> 1,6 mln zł   | <b>Krytyczny KPI - EBIT</b><br><input type="checkbox"/> 0 zł<br><input type="checkbox"/><br><input type="checkbox"/>   |
| <b>Krytyczny KPI - Wypłaty min 1 kredytu</b><br><input type="checkbox"/> 80% zespołu<br><input type="checkbox"/> 72% zespołu<br><input type="checkbox"/> 64% zespołu | <b>Krytyczny KPI - Leady na partnerów</b><br><input type="checkbox"/> 100<br><input type="checkbox"/> 90<br><input type="checkbox"/> 80  | <b>Krytyczny KPI - Produktywność DSA</b><br><input type="checkbox"/> 83 pkt.<br><input type="checkbox"/> 70 pkt.<br><input type="checkbox"/> 53 pkt.   |

## TWOJA ODPOWIEDZIALNOŚĆ

*K.Porzuczek*

### **Twoje wskaźniki (miara i cel)**

- 1) Wnioski z terminem rozpoczęcia procesu akredyt. N+1: 100%
- 2) Liczba wniosków przy których było wsparcie BOS
- 3) Liczba wniosków skonwertow. przy których było wsparcie BOS.

### **Twoje priorytety (2H.2018)**

- 1) Udrożnienie w kanałach zewnętrznych oferty ING (nowa umowa), IDEA, BZWBK.
- 2) Usprawnienie procesu akredytacji.
- 3) Plan rozwoju zespołu BOS - budowa kompetencji analitycznej, procesowej i produktowej całego zespołu.
- 4) Relacje - plan budowy relacji z partnerami poprzez opiekuna merytorycznego.
- 5) Wdrożenie pomiaru NPS.
- 6) Zarządzanie portfelem klienta: wdrożenie cross-sella w BOS, przeglądanie odrzuconych wniosków, poszukiwanie szans do sprzedaży

### **Krytyczny KPI**

**Krytyczny KPI - Szybkość akredytacji**

100% wniosków (N+1)

90% wniosków (N+1)

80% wniosków (N+1)